Deutscher Bundestag **Drucksache 16/7253**
16. Wahlperiode 16. 11. 2007

Unterrichtung
durch die Deutsche Welle

Erste Fortschreibung der Aufgabenplanung der Deutschen Welle 2007 bis 2010

Inhaltsverzeichnis

Zugeleitet mit Schreiben der Deutschen Welle vom 9. November 2007 gemäß § 4a Abs. 1 i. V. m. § 4b des Deutsche-Welle-Gesetzes.

1 Zusammenfassung der Aufgabenplanung 2008 bis 2010

- In den Jahren 2008 bis 2010 wird die DW in Kooperation mit ARD und ZDF die Attraktivität des deutsprachigen TV-Programms steigern und darüber hinaus vor allem die fremdsprachigen TV-Angebote qualitativ aufwerten und inhaltlich regionalisieren müssen. Die weitere Ausweitung von DW-TV-Arabia ist in diesem Sinne ein wichtiger Schritt.
- Die technische Entwicklung und die Veränderung der weltweiten Medienmärkte veranlassen die DW zu einem multimedialen Auftritt im Rahmen einer Multiplattformstrategie, bei der je nach Zielgruppe und technischer Verfügbarkeit in den einzelnen Medienmärkten die geeigneten Plattformen und Distributionswege gewählt werden.
- Die Umsetzung der Multiplattform-Strategie führt in der DW zum Umbau der Redaktionen zu multimedialen Inhalte-Produzenten, zur Weiterentwicklung der Produktions- und Verbreitungstechnik insbesondere mit Blick auf on-demand-Inhalte und zur Entwicklung neuer Distributions- und Vermarktungsstrategien.
- Angesichts der zunehmenden internationalen Konkurrenz und der allgemein steigenden Zahl von Medienangeboten müssen die Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten in den Schwerpunktmärkten intensiviert werden, um die Wahrnehmung der DW durch ihre Zielgruppen weiterhin zu gewährleisten.
- Bildungsangebote für Afrika, die Krisenintervention in Afghanistan, die Präsenz in Lateinamerika und die DW-Akademie sollen aus Projektmitteln auf- bzw. ausgebaut werden.
- Für die Aufgabenwahrnehmung der Deutschen Welle ist eine Anhebung des Bundeszuschusses um 4 bis 6 Mio. Euro im Vergleich zum Regierungsentwurf zum Haushalt 2008 – fortgeschrieben in den Folgejahren – erforderlich. Diese Anhebung soll im Investitionsetat erfolgen.

2 Erste Fortschreibung der Aufgabenplanung 2007 bis 2010 der Deutschen Welle

Vorwort

Mit der im DW-Gesetz geforderten jährlichen Ergänzung wird die Aufgabenplanung der Deutschen Welle (DW) aktualisiert und fortgeschrieben. Die Fortschreibung berücksichtigt neben dem gesetzlich vorgeschriebenen Auftrag auch weitere Parameter:

- Grad der Umsetzung der in der Aufgabenplanung beschlossenen Maßnahmen
- Auswirkungen der aus dem Beteiligungsverfahren resultierenden Stellungnahmen
- Auswirkungen der Budget-Entwicklung auf den Umsetzungsprozess
- Daten über die Medienentwicklung in den Zielmärkten und die Position der DW

Im Ergebnis werden die in der Aufgabenplanung festgelegten Vorhaben damit bestätigt, modifiziert und ggf. auch neue Vorhaben generiert.

2.1 Bisherige Maßnahmen

Die DW hat im Jahr 2007 ihre Unternehmensziele konsequent an der Aufgabenplanung 2007 bis 2010 ausgerichtet: „Präsenz und Relevanz der Deutschen Welle in den Schwerpunktmärkten durch Umsetzung der Multiplattform-Strategie steigern“. Multiplattform bedeutet in diesem Zusammenhang, dass spezifische, auf klar definierte Zielgruppen zugeschnittene Inhalte (Audio, Video, Text, Bild, Grafik, etc.) auf den Plattformen angeboten werden, die am besten geeignet sind. Je nach Region und Zielgruppe bietet die Deutsche Welle einen optimalen Medien-Mix an.

Konkret wurden im Jahr 2007 die folgenden regionalen und inhaltlichen Schwerpunkte gesetzt:

- Weltweite Positionierung der deutsch- und englischsprachigen Angebote optimieren und an den Anforderungen der Zielgruppen ausrichten
- Weltweite Regionalisierung von DW-TV und Integration von ARD/ZDF-Programm beginnen
- Arabischer Sprachraum: Sendezeit von DW-TV/Arabisch ausweiten und Programmqualität weiter verbessern
- Iran: DW-WORLD.DE/Farsi deutlich ausweiten, um neue Zielgruppen zu erschließen
- Mittel-, Ost- und Südosteuropa: Angebote für den Balkan besser auf die Bedürfnisse der Hauptzielgruppe der Multiplikatoren abstimmen
- Asien/indischer Subkontinent: DW-TV regionalisieren und auf die Hauptzielgruppe der indischen Multiplikatoren ausrichten

Folglich hat die DW bereits im ersten Jahr des Planungszeitraums einen erheblichen Teil der in der Aufgabenplanung 2007 bis 2010 vorgesehenen Maßnahmen eingeleitet bzw. umgesetzt:

2.1.1 Regionalisierung DW-TV und Kooperation mit ARD-ZDF

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Kooperationsvereinbarung mit ARD und ZDF wurde begonnen, die Wiederholungsquoten des deutschsprachigen Angebots von DW-TV zu verringern und die Attraktivität insgesamt deutlich zu steigern. Eine ausführliche Darstellung des aktuellen Sachstands findet sich in dem „Bericht über die Finanzlage der Deutschen Welle im Haushaltsjahr 2008 unter Berücksichtigung der Kooperation mit ARD und ZDF im Fernsehbereich“ (August 2007).

2.1.2 Umsetzung der Multiplattform-Strategie

Die Konvergenz der Medien und die Digitalisierung von Inhalten schaffen neue Herausforderungen für etablierte Medienunternehmen wie die Deutsche Welle. Medienangebote sind heute in einer bislang ungekannten Vielzahl immer und überall verfügbar. Diese Entwicklungen spielen insbesondere für die Deutsche Welle, als Auslandsrundfunk Deutschlands, eine entscheidende Rolle. Einher mit Veränderungen auf Anbieterseite gehen neue Nutzungsmuster, Nutzungsmöglichkeiten und Bedürfnisse seitens der Konsumenten von Medieninhalten.

Der Wegfall der analogen Grenzen und neue Wettbewerber schaffen neue Konkurrenzsituationen für die DW. Die veränderten Medienmärkte und vor allem die damit einhergehende veränderte Nutzung von Medieninhalten sind Risiko und Chance zugleich. In jedem Fall erfordern sie auf Seiten der Anbieter klassischer Medien einschneidende Veränderungen, wenn sie nicht den Anschluss in der digitalen Medienwelt verlieren wollen.

Mit der Multiplattform-Strategie reagiert die DW auf die weltweite Entwicklung der Medienmärkte und die sich ändernden Bedürfnisse ihrer speziellen Zielgruppen. Dies bedeutet konkret: Inhalte werden so produziert, dass sie nicht nur für die Verbreitung im traditionellen Radio und TV sondern auch über andere Kanäle – wie das Internet oder mobile Endgeräte – geeignet sind. Dabei berücksichtigt die DW insbesondere auf die zunehmende zeitsouveräne on-demand-Nutzung von Audio- und Videoinhalte. Es zahlt sich dabei aus, dass die DW seit langem Vorreiter bei der Einführung Neuer Medien-Angebote (Internet, Audio- und Video-Streaming, Podcasting, Mobile TV) ist. Derzeit präsentiert die DW zum Beispiel schon mehr als 100 verschiedene Podcasts in acht Sprachen (Stand: August 2007). Bis 2008 werden alle DW-Sprachen Inhalte in diesem populären Format anbieten. DW-TV ist inzwischen live und teilweise on-demand auch via Mobiltelefon verfügbar. Gleichzeitig setzt die DW auf Kooperationen mit reichweitenstarken Partnern wie YouTube, Google oder das Videoportal Zattoo, um ihre Zielgruppen auch über diese neuen, sich entwickelnden Plattformen zu erreichen. Insgesamt nimmt die Bedeutung des Vertriebswegs Internet weiter zu, denn in vielen Medienmärkten ist inzwischen das Internet nach TV das wichtigste Medium bei der Informationsvermittlung.

Mit der Umsetzung der Multiplattform-Strategie ändern sich in der DW praktizierte und gelernte Abläufe. Die nächsten Jahre werden von organisatorischen, redaktionellen und technischen Veränderungen geprägt sein.

Im Einzelnen sind dabei folgende Themen von besonderer Bedeutung:

– Umbau der Redaktionen zu multimedialen Inhalteproduzenten nach dem POPE-Prinzip (produce once, publish everywhere)

– Weiterentwicklung der Produktions- und Verbreitungstechnik insbesondere mit Blick auf on-demand-Inhalte

– Entwicklung neuer Vermarktungsstrategien

Die fortschreitende Digitalisierung in der Medienproduktion und -distribution stellt für die DW vor allem eine Chance dar, Zielgruppen treffsicherer als es bisher möglich war zu erreichen. Ziel der Multiplattform-Strategie ist es deshalb, die jeweils relevanten Plattformen zu identifizieren, die passenden Inhalte effizient zu erstellen und zu verbreiten und damit die Relevanz des deutschen Auslandsrundfunks für die Zukunft zu sichern.

2.1.3 Europäische Zusammenarbeit

– Für die Programme von DW-RADIO in den Balkansprachen wurde die Kurzwellenversorgung aufgrund der geringen Nutzung im Frühjahr 2007 eingestellt und eine aktualisierte Verbund-Strategie eingeleitet. Diese beinhaltet den Ausbau der Online-Angebote und die Entwicklung von integrierten Audio-Angeboten, die als Flächenradio über eigene UKW-Frequenzen, über Partnersender oder zum on-demand Abruf angeboten werden.

– Das bis Oktober 2006 mit EU-Mitteln geförderte Programmfenster von DW-RADIO für Weißrussland (Belarus) ist Ende 2006 erweitert und nach Auslaufen der Förderung 2007 durch interne Etat-Umschichtungen weitergeführt worden. Dafür hat die DW an anderer Stelle auf geplante Aktivitäten verzichtet. Die Sendung wurde auf die Zielgruppe der Multiplikatoren und künftigen Multiplikatoren in den größeren Städten Weißrusslands ausgerichtet.

2.1.4 Arabische Welt/Iran

– Aufgrund DW-interner Etat-Verlagerungen und der weiterlaufenden Förderung durch das Auswärtige Amt (AA) war es möglich, einen Ausbau von DW-TV Arabia zu realisieren. Allerdings war die Finanzierung des 8-stündigen Angebots erst ab April 2007 gewährleistet. Da das ausgeweitete Programm 2008 ganzjährig zu finanzieren ist, entsteht ein um 1 Mio. Euro erhöhter Mittelbedarf. Mit dem aktuellen Ausbau wird es auf Dauer nur schwer möglich sein, den Wettbewerbsvorteil den DW-TV Arabia seit 2002 hat, auch weiterhin vollumfänglich zu nutzen. Die angesichts der Konkurrenzsituation nötige Ausweitung von DW-TV Arabia auf mindestens 10 Stunden ist ohne die bereits 2006 beantragten Zusatzmittel in Höhe von 2 Mio. Euro nicht realisierbar.

– Der Start des ausgeweiteten arabischsprachigen DW-TV Programms wurde mit der Etablierung eines Streaming-Angebots bei DW-WORLD.DE/Arabic und einer Marketing-Initiative begleitet.

– Seit Mitte 2007 strahlt Addounia TV, der erste unabhängige TV-Sender Syriens täglich eine Stunde DW-TV ARABIA über Nile-Sat und Arab-Sat in der gesamten arabischen Welt aus.

– Über eine Kooperation mit Radio Monte Carlo Doualiya (RFI) konnte DW-RADIO/Arabisch seine Präsenz in der arabischen Welt deutlich verbessern: Teile des Programms werden seit 2007 in arabischen Metropo-

len über UKW ausgestrahlt, zeitgleich wurden Podcasting-Angebote, vor allem für jüngere Zielgruppen, gestartet.

– Seit Sommer 2007 übernimmt Radio Almahaba FM, der erste Frauensender Iraks mit einer Reichweite von 10 Mio. Haushalten, täglich 2 Stunden DW-RADIO/Englisch und 90 Minuten DW-RADIO/Arabisch.

– Die mit einem AA-Zuschuss seit 2006 mit Radio Dishla in Bagdad wöchentlich koproduzierte Call-In-Sendung wird fortgeführt und aufgrund der hohen Bedeutung der Region durch interne Etat-Umschichtungen der DW finanziert.

– DW-WORLD.DE hat sein Farsi-Angebot im Frühjahr 2007 umfassend ausgeweitet und aufgewertet. Damit trägt die DW der dynamischen Entwicklung des iranischen Online-Markts Rechnung.

2.1.5 Asien

– Die beiden größten Probleme für die Deutsche Welle in China sind weiterhin das Empfangsverbot von DW-TV und die Behinderung des Online-Angebots DW-WORLD.DE: so hat die DW bis heute (August 2007) und trotz wiederholter Nachfragen beim Vizeminister der Regulierungsbehörde SARFT keinen formalen Bescheid auf ihren Lizenzantrag für den Empfang von DW-TV erhalten. Demgegenüber haben BBC, TV5 und Eurosport eine Lizenz bekommen. Die Angebote von DW-WORLD.DE sind seit 2001 in vielen Orten in der VR China nicht oder nur sehr eingeschränkt bzw. zeitweise verfügbar. Zur Zeit finden zu diesen Problemen aktuelle Erörterungen statt.

– Dennoch ist es über Kooperationen und Koproduktionen gelungen, erfreulich große Reichweiten in China zu generieren: eine vom Partner LIC synchronisierte Fassung des DW-TV-Magazins euromaxx ist bei potentiell 1 Milliarde Zuschauern landesweit präsent. Jiangsu Broadcast mit 24 Millionen angeschlossenen Pay-TV-Haushalten übernimmt seit Juli 2007 fünf DW-TV-Magazine auf seinem englischsprachigen Kanal.

– Die Präsenz von DW-TV in Indien ist 2007 erheblich ausgeweitet worden: In Zusammenarbeit mit Doordashan „DD direct +“, einer landesweiten digitalen Satelliten-Plattform, können rd. 5 Mio. Inder regelmäßig erreicht werden. In Pakistan ist DW-TV über insgesamt 39 Kabelpartner im Großraum Karatschi in rd. 0,7 Mio. Haushalten präsent. In Zusammenarbeit mit Speedcast (Hongkong) ist DW-TV zudem als mobiler 24 Stunden-Livestream von Handy-Nutzern in ganz Asien zu empfangen. Schließlich werden in Vietnam über sechs neue Partner-Sender seit 2007 rd. 80 Prozent der Bevölkerung erreicht.

– DW-RADIO hat 2007 ein gezielt auf die Bedürfnisse von Zielgruppen und Partnersendern zugeschnittenes englischsprachiges Programmfenster „Asia Compact“ eingeführt und damit die Wiederausstrahlung erhöht.

– Außerdem wurde Ende 2006 die integrierte Programmstrategie (Perlenkette) etabliert, die die regionalen Sprachen und Englisch in größeren Blöcken verfügbar macht und zugleich die Ausstrahlung optimiert. Die entsprechenden Angebote sind seit 2007 auch als Livestream im Internet abrufbar.

2.2 Fortschreibung der Eckpunkte der Aufgabenplanung

Vor dem Hintergrund der bereits dargestellten Finanzsituation der Deutschen Welle und der Entwicklung der weltweiten Medienmärkte lassen sich die der Aufgabenplanung zugrunde liegenden grundsätzlichen Überlegungen und Eckpunkte aus heutiger Sicht folgendermaßen präzisieren:

– Angesichts des gesetzlichen Auftrags und der daraus abgeleiteten Zielgruppen-Definition der DW kann sich die Kooperation mit ARD/ZDF nicht nur auf eine Attraktivitätssteigerung des deutschsprachigen Programms beziehen. Auch die Fremdsprachenangebote von DW-TV müssen im Zuge der Kooperation qualitativ aufgewertet werden, was mit erheblichen Zusatzkosten verbunden ist.

– Die Ausweitung des arabischen Programmfensters von DW-TV auf 8 Stunden mit einem erheblichen Anteil untertitelter Programme ist ein richtiger Schritt, aber nicht ausreichend, um die Bedeutung von DW-TV Arabia in der Region nachhaltig zu stärken.

– Für Asien verfolgt die DW das Ziel, mit der Regionalisierung von DW-TV sowohl die Hauptzielgruppe der englischsprachigen Multiplikatoren als auch die der Deutsch sprechenden Zuschauer besser zu versorgen.

– In ihren Schwerpunkten passt die DW die Gestaltung und die Verbreitung ihrer Angebote weiterhin konsequent den sich ändernden Nutzungsgewohnheiten an. Das heißt, im Mittelpunkt aller Überlegungen steht die Produktion qualitativ hochwertiger Inhalte für klar definierte Zielgruppen, die über die jeweils passenden Plattformen distribuiert werden (Multiplattform-Strategie).

– Angesichts der zunehmenden internationalen Konkurrenz und der allgemein steigenden Zahl von Medienangeboten müssen die Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten in den Schwerpunktmärkten intensiviert werden, um die Wahrnehmung der DW durch ihre Zielgruppen weiterhin zu gewährleisten.

2.3 Ergänzte Zielsetzungen und Maßnahmen 2007 bis 2010

Um die Nutzung und Wahrnehmbarkeit der Deutschen Welle angesichts der zunehmenden internationalen Konkurrenz nicht absinken zu lassen, sondern Präsenz und Positionierung langfristig zu sichern und auszubauen, richtet die DW ihre Angebote auf die Bedürfnisse und medialen Gewohnheiten ihrer jeweiligen Zielgruppen aus. Sie konzentriert ihre Schwerpunktsetzung weiter auf den Dialog mit dem arabischen Sprachraum und dem Iran, die europäische Zusammenarbeit und die Präsenz in

Asien, ergänzt dies aber um nachfolgend gelistete weitere Projekte, u. a. in Afrika und Lateinamerika:

– In Subsahara-Afrika kommt dem meist genutzten Medium Radio nachweislich eine große Bedeutung bei der Vermittlung von Bildungsinhalten zu. Die Deutsche Welle möchte diese Programmflächen ausweiten und gezielt Bildungsinhalte für heranwachsende Hörerinnen und Hörer anbieten. Die DW plant deshalb im Rahmen eines vom AA geförderten Pilotprojekts „Learning by ear“ Bildungsprogramme für Heranwachsende zu produzieren. In den Sprachen Haussa, Kisuaheli, Amharisch, Französisch, Portugiesisch und Englisch werden anspruchsvolle interaktive Sendeformate und Infotainment-Rubriken entwickelt, mit denen die jungen Hörer ihr Wissen erweitern können. Inhaltlich sind die Programme auf den Erfahrungshorizont der Zielgruppe – 12- bis 16-jährige Schülerinnen und Schüler in Subsahara-Afrika – zugeschnitten.

– Das traditionell große Interesse der Bevölkerung Lateinamerikas vor allem an deutscher Kultur und Wirtschaft schlägt sich auch in der fortwährenden Nachfrage der dortigen Medien nach entsprechenden Angeboten der DW nieder. Die Deutsche Welle plant deshalb auch das spanische und brasilianische Audio-, Video- und Online-Angebot für Partner in Lateinamerika mit Hilfe einer separaten Projekt-Finanzierung auszuweiten.

– In Afghanistan wird sich die Deutsche Welle weiter am Aufbau unabhängiger und freier Medien, einer wichtigen Säule des Demokratisierungsprozesses, beteiligen. Mit einer Sonderfinanzierung (die Projektmittel sind beantragt) ist das Projekt „DW-RADIO für Afghanistan“ geplant, das sich auf drei Säulen stützt: die Produktion eines 30-minütigen Radiomagazins, die Verbreitung der DW-Programme über den DW-Sender in Kabul, über den staatlichen Sender RTA und/oder private Anbieter sowie Trainings für Korrespondenten privater und staatlicher Radiostationen im Norden Afghanistans.

– Das Knowhow der Deutschen Welle als weltweit tätiges Multimedia-Unternehmen wird auch von ihren Programm-Partnern immer stärker nachgefragt. Deshalb ist ein Ausbau der DW-AKADEMIE angezeigt. Dieser Ausbau sollte eine verstärkte Kurstätigkeit im Zusammenhang mit der Bildungsoffensive in Afrika, verstärkte Aktivitäten angesichts der Krisensituation in Afghanistan und als Zusatzangebot den Aufbau eines Studiengangs in Kooperation mit der Fachhochschule Bonn/Rhein-Sieg und der Universität Bonn beinhalten.

3.1 Maßnahmen, die aus Etatgründen nicht realisiert werden können

Über den oben bereits dargestellten Finanzbedarf für den Ausbau und die Attraktivitätssteigerung von DW-TV im Zusammenhang mit der ARD/ZDF-Kooperation sowie die Ausweitung von DW-TV Arabia hinaus gibt es aus geopolitischer Sicht wichtige Programmvorhaben, die sich mit dem derzeitigen Etat der Deutschen Welle nicht umsetzen lassen. Die hier genannten Vorhaben sind in der Aufgabenplanung 2007 bis 2010 dargestellt und auch im Beteiligungsverfahren von Seiten der Bundesregierung und des Deutschen Bundestages als wichtig erachtet worden.

– Ein russisches Fenster bei DW-TV wäre ein wesentlicher Bestandteil eines auch vom Bundestag geforderten Fernsehkonzepts für das östliche Europa mit Schwerpunkt Russland. Zumal nach den Erkenntnissen des DW-Vertriebs bei Partner-Sendern TV-Programme in osteuropäischen Sprachen, besonders aber in Russisch stark gefragt sind. Für die Umsetzung wären in Redaktion und Technik erhebliche Zusatzinvestitionen erforderlich.

– Mit einem chinesischen Fenster bei DW-TV ließe sich die Zielgruppe der Multiplikatoren und künftigen Multiplikatoren (sowie deren Interesse u. a. an den deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen) gezielt ansprechen. Ein solches Programmfenster wäre Teil der Regionalisierungs-Strategie und könnte auch die Präsenz über Partnersender deutlich erhöhen. Die oben geschilderte Lizensierungsproblematik ist davon nicht direkt betroffen, da sie sich auf Sender ohne chinesische Inhalte konzentriert. Für die Umsetzung eines chinesischen Fensters bei DW-TV eine Zusatzfinanzierung erforderlich.

– Wegen der zunehmenden Bedeutung der Nationalstaaten in den ehemaligen Sowjetrepubliken und des Wiederauflebens der Nationalsprachen wäre eine verstärkte Präsenz von DW-RADIO in den Staaten des Südkaukasus (Georgien, Kasachstan, Armenien) weiterhin wünschenswert. Auch hier könnten entsprechende Programm-Fenster nur mit Zusatzinvestitionen etabliert werden.

3 Bericht über die Finanzlage der Deutschen Welle im Haushaltsjahr 2008 unter Berücksichtigung der Kooperation mit ARD und ZDF im Fernsehbereich

Zusammenfassung

1. Die von der Deutschen Welle und dem Deutschen Bundestag geforderte Kooperation mit ARD und ZDF beim Deutschen Auslandsfernsehen ist 2007 vereinbart und umgesetzt worden. ARD und ZDF stellen ihr Programmmaterial unentgeltlich, das heißt gegen Erstattung eigener Selbstkosten in deutscher Sprache zur Verfügung.

2. Trotz der Kosteneinsparung durch die Programmbereitstellung von ARD und ZDF führt der Ausbau des Fernsehens zu Mehrkosten in Höhe von 13,5 Mio. Euro in 2008 gegenüber 2007. Der Anstieg der benötigten Mittel beträgt gegenüber dem IST 2004 sogar insgesamt 24,5 Mio. Euro ohne Berücksichtigung der dafür benötigten Investitionen.

3. Der Bundeszuschuss für die Deutsche Welle ist im Zeitraum von 1998 bis 2007 von 321 Mio. Euro um

52 Mio. Euro = 16 Prozent auf 269 Mio. Euro gekürzt worden. Im gleichen Zeitraum stieg der Bundeshaushalt um rund 15,8 Prozent. Die Folge ist, dass die Deutsche Welle trotz umfangreicher Rationalisierungs- und Umschichtungs-maßnahmen den Mehraufwand für den Ausbau des Fernsehens nicht im vollen Umfang finanzieren kann. Sie schichtet im Zeitraum von vier Jahren bis 2008 selbst 14,5 Mio. Euro in das Fernsehen um, benötigt aber mindestens weitere 8 bis 10 Mio. Euro, um das Kooperationsprojekt finanzieren zu können.

4. Der durchschnittliche Investitionsbedarf der DW beträgt mindestens 17 bis 18 Mio. Euro (Abschreibungen 17 Mio. Euro pro Jahr). Die DW muss pro Jahr mindestens 8 bis 10 Mio. Euro aus den programmlichen Mitteln für Investitionen verwenden, da die für Investitionen zugewiesenen Mittel des Bundes nach der in den Jahren 1999/2000 erfolgten Absenkung des Etats der DW nur 9,7 Mio. Euro betragen. Diese Mittel fehlen beim Ausbau des Fernsehprogramms (siehe oben).

5. Die zuletzt bewirkten Umschichtungen aus der Kurzwelle waren nur durch vorzeitige Auflösung eines Vertrags mit der Telekom unter Inkaufnahme einer einmaligen Abfindung in Höhe von 14,5 Mio. Euro möglich. Dieser Betrag fehlt im Haushalt der DW zusätzlich.

3.1 Zielsetzung der Koalitionsvereinbarung

Zur Aufgabenplanung der Deutschen Welle für die Jahre 2007 bis 2010 hat der Deutsche Bundestag am 28. Juni 2006 eine Entschließung gefasst, die eine Stärkung der DW als Mittler der deutschen Kultur- und Bildungspolitik fordert; insbesondere sollte die Zusammenarbeit von DW-TV mit ARD und ZDF auf stabile Säulen gestellt werden. Der Rundfunkrat der DW hat die Anregungen aus dieser Entschließung übernommen. Dabei geht es – soweit es den Ausbau der Fernsehaktivitäten betrifft – um folgende Aspekte:

– Reduzierung der Wiederholungsquote der Sendungen für die deutschsprachige Zielgruppe im Ausland durch Übernahme von Sendungen von ARD und ZDF

– Verbesserung des Angebots für die englischsprachige Zielgruppe durch Aufbau neuer Sendungen

– Regionalisierung der Angebote

– Ausbau des arabischsprachigen Programmangebots für die Krisenregionen im Nahen Osten und Nordafrikas

– Beibehaltung und Ausbau der spanischsprachigen Angebote für Lateinamerika.

3.2 Kooperationsvereinbarung mit ARD und ZDF

Es ist der Deutschen Welle gelungen, wie beabsichtigt, eine Kooperationsvereinbarung mit ARD und ZDF zum Ausbau des Deutschen Auslandsfernsehens abzuschließen. In Lizenzvereinbarungen konnte erreicht werden, dass ARD und ZDF ihre Programmangebote – selbstverständlich nur in Deutscher Sprache – unentgeltlich zur Verfügung stellen, zwangsläufig allerdings gegen Ersatz der ARD und ZDF entstehenden Aufwendungen. Zur Verfügung gestellt werden dabei Informations- und Infotainmentsendungen, Dokumentationen, aber auch sowohl von ARD und ZDF je 1200 Einzelbeiträge, um neukonfigurierte Sendungen zu bestücken. Ein ausführlicher Bericht über die Optimierung des deutschen Auslandsfernsehens mit der Liste der übernommenen Sendungen befindet sich in der Anlage.

Der Ersatz der Aufwendungen von ARD und ZDF wurde pauschaliert mit je 250 000 Euro pro Jahr, eine im Vergleich zum tatsächlich entstehenden Aufwand maximal kostendeckende Summe.

Durch die Kooperationsvereinbarungen mit ARD und ZDF wird die DW in die Lage versetzt, die Wiederholungsrate im Deutschen Programm des Fernsehens deutlich zu senken und in der Perspektive auch den Kontent für alle Sendungen, auch die englischsprachigen, zu verbessern. Die Aufwendungen für Programmankäufe konnten auf diese Weise im Jahr 2007 um rund 500 000 Euro reduziert werden. Die dadurch eingesparten Mittel wurden bereits im Jahr 2007 genutzt, um die Kooperationsvereinbarung mit dem Ziel der Stärkung des Programms in Teilen umzusetzen.

So werden zwar seit April 2007 Informations- und Infotainmentsendungen (Harald Schmidt, Beckmann, Christiansen, Kerner usw.), Dokumentationen und Kindersendungen (Wissen macht Aha!, Siebenstein) übernommen, die Ausstrahlung kann jedoch nur für die deutschsprachige Zielgruppe in Nordamerika erfolgen (Nachfolge von German TV). Eine Ausstrahlung in andere Gebiete der Welt ist zur Zeit noch nicht möglich, weil dazu eine interkontinentale Splittung des Signals entsprechend den jeweiligen Prime-Times unter Berücksichtigung der Zeitverschiebung erforderlich wäre. Wären die neuen Sendungen auf der Basis der früher geltenden Vereinbarungen zu bezahlen gewesen, hätte dies Zusatzaufwendungen in Höhe von rund 10 Mio. Euro in 2008 erfordert, die durch die Lizenzvereinbarungen mit ARD und ZDF vermieden werden konnten.

Aufgrund der bisherigen Finanzausstattung der Deutschen Welle konnte jedoch die Kooperationsvereinbarung im Jahr 2007 nur in Teilen umgesetzt werden.

Die zweite Ausbaustufe der Kooperation hätte nämlich außer der interkontinentalen Aufsplittung des Signals auch zusätzliche Sendungen in Englischer Sprache beinhaltet, um das englischsprachige Zielpublikum (ca. 90 Prozent des Zielpublikums der Deutschen Welle) besser versorgen zu können. Der Aufbau dieser Sendungen erfordert jedoch zusätzliche 3,4 Mio. Euro, die im Haushalt der DW nicht verfügbar sind, so dass diese Programmkooperation 2007 nicht gestartet werden konnte. Um ein zufrieden stellendes Programmangebot des Fernsehens für die unterschiedlichen Zielgruppen Russland, Afrika und Asien, Australien und Amerika, bereitstellen

zu können, wäre es des Weiteren erforderlich, die Nachrichten auch nachts zu aktualisieren (während dieser Zeit ist in vielen Empfangsgebieten die Hauptnachrichtenzeit) sowie regionalspezifische Sendungen bereit zu stellen. Hierfür wären weitere 6,3 Mio. Euro erforderlich. Wegen fehlender Mittel ist dieser dringend benötigte Programmausbau zurzeit noch nicht möglich.

Im Rahmen des Ausbaus des Fernsehens ist des Weiteren das Arabische Fernsehprogramm auf acht Stunden täglich erweitert worden. Dafür können Sendungen von ARD und ZDF nur in äußerst begrenztem Umfang eingesetzt werden. Der zum 1. April 2007 erfolgte Ausbau ist in 2008 ganzjährig zu finanzieren. Daraus entsteht ein um 1 Mio. Euro erhöhter Mittelbedarf für diesen Zweck.

Zur Kooperation mit ARD und ZDF ist anzumerken, dass die Bereitschaft von ARD und ZDF zur Förderung des Deutschen Auslandsfernsehens hoch ist. In der konkreten Programmarbeit ist die Umsetzung – nach anfänglichen Übergangsschwierigkeiten – nach und nach erfolgt. Die Vereinbarung baut darauf auf, dass die nachträglich zu erwerbenden Urheberrechte seitens der Deutschen Welle geklärt und an die Urheber bezahlt werden. Nach Möglichkeit werden jedoch die Auslandsrechte von ARD und ZDF bei der vertraglichen Gestaltung der jeweiligen Sendungen von Vorneherein mit erworben. Ein Teil des Mehraufwands innerhalb der Deutschen Welle ist auch darin begründet, dass Urheberrechte seitens der Deutschen Welle gegenüber den Urhebern abzugelten sind.

3.3 Entwicklung der Finanzlage der DW

Der Bundeszuschuss ist im Zeitraum zwischen 1998 und 2007 von ursprünglich 321 Mio. Euro um 52 Mio. Euro = 16 Prozent auf 269 Mio. Euro gekürzt worden.

Im gleichen Zeitraum stieg der Bundeshaushalt um rund 15,8 Prozent. Der Anstieg der Länderhaushalte betrug zwischen 1998 und 2005 im Mittel 5,9 Prozent, der Anstieg der Haushalte von ARD und ZDF 10,5 Prozent (1998 bis 2005).

Der BBC World Service hat im Zeitraum zwischen 1999 und 2007 einen Mittelzuwachs von 48,3 Prozent erhalten, er verfügt jetzt über 382 Mio. Euro – nahezu ausschließlich für Hörfunk. Die DW erhält ihren Bundeszuschuss für alle Angebote in Fernsehen, Hörfunk und Internet. Der Mittelzuwachs der amerikanischen Auslandssender betrug zwischen 2000 und 2005 49,6 Prozent, der Etat des Jahres 2005 umfasste 370 Mio. Euro. Frankreich hat einen englischsprachigen Auslandssender (France 24) mit einem Aufwand 128 Mio. Euro in 2007 neu aufgebaut. Ähnlich verlief der Ausbau anderer Auslandssender, z. B. Russlands sowie arabischsprachiger Sender mit Al Jazeera, Al Arabia.

Die Deutsche Welle hat die Finanzreduzierung durch folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Rationalisierung in allen Bereichen und Steigerung der Produktivität um über 25 Prozent
- Streichung von 11 Hörfunkprogrammen, vor allem für europäische Nachbarländer, jedoch auch Spanisch für Lateinamerika und Japanisch
- Massive Reduzierung der Eigenproduktionen im Fernsehen. Zusammenlegung der Fernsehdirektionen Köln und Berlin in Berlin
- Personalabbau in Höhe von 44 Prozent ohne Kompensation durch Fremdfirmen oder freie Mitarbeiter
- Kosteneinsparungen in allen Sachkostenbereichen
- Reduzierung der Kurzwellenausstrahlung um über 20 Mio. Euro pro Jahr
- Tarifabschlüsse unterhalb de Niveaus des Öffentlichen Dienstes und umfassende Tarifreformen, z. B. im Manteltarif und Altersversorgung.

Ein Teil der Mittelreduzierungen entfiel jedoch auf den investiven Bereich, für den statt früher 22 Mio. Euro (1994) nur noch 9,7 Mio. Euro zur Verfügung stehen (Vergleiche dazu unten).

Da auch die Deutsche Welle von Kostensteigerungen in gleicher Weise wie alle Unternehmen und auch die öffentliche Hand betroffen ist, ist die Haushaltsreduzierung zwischen 1998 und 2007 in Höhe von 16 Prozent in Wirklichkeit eine Mittelkürzung um rund ein Viertel des Haushaltes. Dies wirkt sich nunmehr so aus, dass die Deutsche Welle nicht mehr in der Lage ist, die für die Aufgabenerfüllung erforderliche Mittelumschichtung im vollen Umfang zu leisten.

Das Problem kann dadurch gelöst werden, dass zumindest der Investitionshaushalt so korrigiert wird, dass die konkret für Investitionen benötigten Mittel zur Verfügung gestellt werden (zusätzliche 8 bis 10 Mio. Euro pro Jahr). Dies würde es der Deutschen Welle ermöglichen, die zur Zeit notwendige Verlagerung von Mitteln aus dem Programm in den Investitionshaushalt nicht mehr vorzunehmen. Dadurch würde erreicht, dass der beschriebene Ausbau des Auslandsfernsehens finanziert werden könnte.

Insgesamt ist – unter Vermeidung einer globalen Minderausgabe – eine Anhebung des Etats der Deutschen Welle im Jahr 2008 um mindestens 8 bis 10 Mio. Euro erforderlich. Dabei handelt es sich um einen Dauerbedarf, der auch in der mittelfristigen Finanzplanung nachgezeichnet werden muss.

Die im Regierungsentwurf vorgesehene Anhebung des Etats der Deutschen Welle um 4 Mio. Euro in 2008 und nur 3 Mio. Euro in den Folgejahren reicht nicht aus, um die Kooperationsvereinbarung mit ARD und ZDF mit Leben zu erfüllen und den Ausbau des Fernsehens zu finanzieren. Notwendig ist demnach eine Anhebung der Mittel für die Deutsche Welle im Vergleich zum Regierungsentwurf um weitere 4 bis 6 Mio. Euro in 2008 unter Fortschreibung in der Mittelfristigen Finanzplanung.

3.4 Investitionsproblematik

Der Investitionsetat der DW von früher (1994) 22 Mio. Euro wurde ab dem Jahr 1999 im Mittel auf 9,7 Mio. Euro abgesenkt.

Die Abschreibungen der DW liegen regelmäßig über 17 Mio. Euro – ein schwerwiegendes Indiz für den tatsächlichen Investitionsbedarf in den nächsten Jahren. Temporär konnten in den Jahren 1999 bis 2004 die notwendigen Investitionen dadurch finanziert werden, dass Sondermittel für Investitionen im Funkhausneubau (Schürmannbau) zur Verfügung standen. Seit 2005 sind diese Mittel ausgelaufen, auch im Schürmannbau sind erste kostspielige Ersatzinvestitionen erforderlich (z. B. neues Netzwerk, Anpassung der IT-Server an neue Technologien).

Die Deutsche Welle hat eine mittelfristige Investitionsplanung für die Jahre 2008 bis 2011 vorgelegt, nach der die benötigten Investitionsmittel im Jahr 2008 19,9 Mio. Euro, im Jahr 2009 22,7 Mio. Euro, im Jahr 2010 24,6 Mio. Euro betragen. (siehe Übersichtsdarstellung). Wenn entsprechend der Mittelanforderung der Deutschen Welle für den Investitionsansatz in diesen Jahren von 17 bis 18 Mio. Euro pro Jahr tatsächlich ausgegangen wird, bedeutet dies, dass aus der vorgelegten mittelfristigen Investitionsplanung Mittel in Höhe der Differenz intern gekürzt bzw. Projekte in die Folgejahre verschoben werden müssen.

Zu diesen benötigten Investitionen zählen der Umbau der Fernsehtechnik für die interkontinentale gesplittete Ausstrahlung, die Umstellung der Fernsehtechnik auf die neuen weltweit geltenden Übertragungsnormen (16 : 9, HD-TV, Digitalisierung des Fernsehens). Weitere erhebliche Investitionen werden erforderlich sein im Zusammenhang mit dem Ausbau der Internetanwendungen. Die digitale Hörfunkbearbeitung und -ausstrahlung ist komplett zu erneuern, weil das seit Mitte der 90er Jahre benutze System herstellerseitig nicht mehr unterstützt wird. Hinzu kommt der normale und auch in anderen Bereichen übliche Erneuerungsaufwand (Erneuerung von PC's im Abstand von 4 bis 5 Jahren, Erneuerung von Kurzwellenantennen und Senderöhren, Anpassung der Studiotechnik usw.).

Da die Deutsche Welle im Jahr 2007 nur 7,8 Mio. Euro Bundeszuschuss für die Investitionen erhielt, sah sie sich gezwungen, 8,7 Mio. Euro aus dem Programmhaushalt in die Investitionen umzuwidmen, um den Mindestbedarf investiver Mittel in Höhe von 16,5 Mio. Euro bereitstellen zu können.

3.5 Sonderproblem Ablösung der Sendestation Nauen

Ein Sonderproblem sind die benötigten Finanzmittel zur Ablösung der Sendestation Nauen. Die Deutsche Welle hat im Zuge der Wiedervereinigung diese Station vom Rundfunk der DDR übernommen, d. h. mit langfristigen Verträgen bei der Deutschen Telekom angemietet. Der 1996 abgeschlossene 20-Jahres-Vertrag, der pro Jahr Zahlungen von rund 10 Mio. Euro vorsah, konnte zwar zum 30. April 2007 vorzeitig aufgelöst werden, jedoch war dafür eine Abstandssumme von 14,5 Mio. Euro an die Deutsche Telekom notwendig. Die dadurch bewirkte Einsparung bei der Kurzwellenausstrahlung beträgt zwar pro Jahr allein für diese Station rund 8 Mio. Euro, diese Einsparung ist aber erforderlich, um die Reduzierung des Gesamtetats der DW in den vergangenen Jahren auffangen und einen Teil des Ausbaus des Fernsehens finanzieren zu können.

Die Abfindungszahlung in Höhe von 14,5 Mio. Euro belastet den Haushalt der DW in den Jahren 2007 und 2008 sowie in den Folgejahren. So konnte die Liquidität der Deutschen Welle im Jahr 2007 nur durch Verschiebung eigentlich fälliger Zahlungen auf Folgejahre bzw. Zahlungsaufschub im Verhandlungswege erreicht werden.

3.6 Projektfinanzierungen

Ein Sonderproblem können im Einzelfall Projektfinanzierungen darstellen, bei denen neue Programminitiativen in spezifisch definierten Regionen begonnen werden. Läuft nämlich die Projektfinanzierung aus, muss die DW entweder das Projekt einstellen oder – wenn dies außenpolitisch nicht opportun ist – zusätzlich Mittel umschichten. Beispiele sind Förderungen der Europäischen Union für Belarus oder Kriseninterventionsprogramme, z. B. in Afghanistan.

31. August 2007

4 Mittelfristige Investitionsplanung der Deutschen Welle 2008 bis 2011

Projektbezeichnung	Mitteleinsatz 2008 T€	Mitteleinsatz 2009 T€	Mitteleinsatz 2010 T€	Mitteleinsatz 2011 T€	Erläuterungen
Digitales Audio-, Produktions- und Sendesystem - (DIAS)	1.985	1.550	50	50	
Newsroomsystem - (NRS)	820	50	300	250	2008 Ablösung des Nachrichtenverteilsystems durch das Newsroomsystem
Hörfunktechnische Geräte und Anlagen	720	820	920	1.420	Ersatz- und Neubeschaffung zum Werterhalt und Abdeckung neuer programmlicher Anforderungen sowie Anpassungen an den technologischen Wandel.
Content Management System	540	450	210	240	Einführung eines Content-Management-Systems für die Online-Medien, Standorte Bonn und Berlin.
Hörfunkdatenbanken	219	100	250	100	Pressedatenbanken, ARD-Datenbanken, Audiomitschnittsystem
Hörfunktechnik - Summe	**4.284**	**2.970**	**1.730**	**2.060**	
IT-Arbeitsplatzausstattung (Hardware und Software)	1.078	1.000	950	1.000	Permanente Reinvestition zum Erhalt der erforderlichen Aktualität der PC-gestützten stationären und mobilen Arbeitsmittel.
Server-Infrastruktur (Rechenzentrum)	500	300	300	1.200	Ersatz des SAN-Speichers (2008 u. 2009), Austausch der SAN-Infrastruktur (2010)
Netzverwaltung (LAN)	745	1.270	190	200	Neues Netzwerk (2008 u. 2009), Ausbau Firewall, laufende Anpassungen
Erweiterung von SAP-Funktionalitäten	232	360	280	680	Aufgaben/Anforderungen aus dem Programmbereichen, z.B. Einführung Disposystem, Rechte-/Lizenzmanagement und dem Verwaltungsbereich, z.B. Archivierung, Facility Management
IT unterstützte Optimierung der Arbeitsabläufe in Bonn und Berlin	969	345	215	945	Projekte wie z.B. Lotus Notes, Digitaler Massenspeicher, Identity Management.
IT-Arbeitsplatzausstattung und Erweiterung - Summe	**3.524**	**3.275**	**1.935**	**4.025**	
A. IT-Projekte	**7.808**	**6.245**	**3.665**	**6.085**	
High Definition (HD) Umstellung - neuer Produktionsstandard			9.818	5.950	z.B. Umrüstung der Studios und der Programmstruktur
Umstellung auf Bildformat 16:9	850	650			Ersatz von Kameraobjektiven und EB-Kameras in 2008, Monitorwand u. Konsumergeräte in 2009
Videomanagement - Erweiterung / -Anpassung	735	1.720	1.450	1.200	Erweiterung der automatischer Transfers zwischen Videoservern, Ausweitung auf Magazinproduktion (Hard- und Software) inkl. 1.-3. Ausbaustufe für ein digitales Langzeitarchiv
Weiterführung Digitalisierung Fernsehen	520	1.188	655	125	Z. B. Schnittplätze und Studios
Fernsehtechnische Geräte und Anlagen	3.055	4.694	2.964	2.530	Ersatz- und Neubeschaffung zum Werterhalt und Abdeckung neuer programmlicher Anforderungen sowie Anpassungen an den technologischen Wandel.
Fernsehtechnik - Summe	**5.160**	**8.252**	**14.887**	**9.805**	
IT Infrastruktur Berlin -Summe	**1.498**	**3.340**	**3.175**	**840**	Z.B. Rechner- und Laptop-Pool, SAN Erweiterung, Fileserver
B. Fernsehprojekte	**6.658**	**11.592**	**18.062**	**10.645**	
Investitionen der Sendertechnik - Summe	335	1.192	202	202	Technische Geräte und Messeinrichtungen für die DW Relaisstationen in Portugal, Kigali und Sri Lanka.
Investitionen der Ausstrahlung - Summe	1.228	529	409	159	Ausbau der Distribution von audiovisuellen Inhalten, Messgeräte für das Ausstrahlungsmanagement und Monitoring.
C. Projekte der Sendertechnik / Ausstrahlung	**1.563**	**1.721**	**611**	**361**	
D. Betriebs- und Geschäftsausstattung Bonn	**909**	**832**	**846**	**486**	z. B. Sicherheitstechnik, Mobiliar, Gebäudetechnik (Infrastruktur)
Betriebs- u. Geschäftsausstattung Berlin	1.914	1.360	660	730	z. B. Sicherheitstechnik, Mobiliar, Gebäudetechnik (Infrastruktur)
Klima /Kühlanlagen	435	450	500	200	sukzessive Erneuerung der Kühlanlagen
Brandmeldeanlage / GLT	350	250	100	100	Erweiterung der Gebäudeleittechnikzentrale um Meßpunkte zur Überwachung der Anlagen des Gebäudes.
Stromversorgung allgemein	300	250	200	200	sukzessive Erneuerung der Unterverteilungen
E. Betriebs- und Geschäftsausstattung Berlin	**2.999**	**2.310**	**1.460**	**1.230**	z. B. Sicherheitstechnik, Mobiliar, Gebäudetechnik
Summe Investitionsprojekte	**19.937**	**22.700**	**24.643**	**18.807**	



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333